
Wenceslas LIZÉ, Delphine NAUDIER, Séverine SOFIO,
dirs, *Les Stratégies de la notoriété. Intermédiaires et
consécration dans les univers artistiques*

Paris, Éd. des Archives contemporaines, 2014, 233 pages

Frédérique Joly



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10577>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.10577](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10577)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 30 juin 2016

Pagination : 428-430

ISBN : 9782814302839

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Frédérique Joly, « Wenceslas LIZÉ, Delphine NAUDIER, Séverine SOFIO, dirs, *Les Stratégies de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques* », *Questions de communication* [En ligne], 29 | 2016, mis en ligne le 30 juin 2016, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/10577> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10577>

Tous droits réservés

des intermédiaires ne sont pas moins celles qui font le tri objectif des artistes en fonction des goûts et des réseaux qu'un intermédiaire qui cherche à répondre à une demande. Cette performativité des dispositifs réunit les institutions, les experts et les profanes qui tendent à faire le lien en travaillant collectivement à la diffusion. Ces expériences font apparaître comment et avec qui peut s'établir le lieu d'une rencontre, d'échanges de valeurs en dehors des cadres d'engagement conventionnel. Elles mettent en scène des mécanismes de représentation symbolique et des effets d'homologie structurelle entre l'offre et la demande de biens culturels.

Toutefois, l'ambition de ne pas réduire la dimension pragmatique de la valeur aux rôles des intermédiaires ou au contexte de sa production dans les mondes de l'art place le public au sein de l'activité de réception. L'ouvrage gagnerait à expliciter l'implication du public dans le dispositif de production afin d'étudier plus en détails les dynamiques qui parcourent les mondes de l'art en proposant une analyse de dispositifs participatifs. Le livre présente une pluralité de mondes de l'art en élargissant les modalités de la consécration aux interactions sociales. Ainsi l'analyse du dispositif numérique gagnerait-elle à être intégrée aux travaux existants dans le domaine de la sociologie de la création, des sciences de l'information et de la communication (sic) au regard de la consécration *via* le web et les changements paradigmatiques qui sont en cours.

Par ailleurs, l'analyse des ajustements entre l'offre et la demande du marché de l'art est sérieuse ; elle permet de comprendre les procédés liés à l'analyse de la consécration. La série de terrains, de champs et de concours mobilisés par les auteurs sont ambitieux et homogènes sous le fond de questionnements : comment appréhender l'incertitude face au succès ? Quels sont les impacts des intermédiaires sur la diffusion artistique ? Comment travailler à la production et à la commercialisation de l'innovation artistique ? Cet ouvrage permet, certes, d'identifier le rôle des acteurs dans la création artistique compte tenu des différents points relevés, mais il mériterait en conclusion une ouverture sur le rôle des publics dans la construction d'une carrière en identifiant les différentes échelles de temps adjuvant les phénomènes de reconnaissance et de notoriété.

Mathieu Feryn

Centre Norbert Elias, université d'Avignon et des pays
de Vaucluse, F-84000
mathieu.feryn@alumni.univ-avignon.fr

Wenceslas Lizé, Delphine NAUDIER, Séverine SOFIO, dirs,
*Les Stratégies de la notoriété. Intermédiaires et consécration
dans les univers artistiques*

Paris, Éd. des Archives contemporaines, 2014,
234 pages

La consécration artistique a fait couler beaucoup d'encre car elle ne repose pas toujours sur des critères universels et unanimement définis. Dans cet ouvrage, il s'agit donc d'analyser les différents mécanismes de consécration, mais aussi de déterminer les agents qui se trouvent à l'origine de la production de la notoriété artistique. Regroupant les textes de 14 auteurs organisés sur 11 chapitres, le livre s'intéresse principalement aux intermédiaires culturels dans leur grande diversité (littéraire, musicale, cinématographique, artistique) et interroge les relations complexes, parfois jalonnées de tensions, qui les relient aux artistes et les enjeux économiques ou symboliques qui montrent qu'ils apparaissent aujourd'hui essentiels à la notoriété des artistes.

Ainsi le rôle primordial des intermédiaires est-il mis en avant *via* plusieurs chapitres. En effet, l'étude de Luca Pareschi (pp. 17-31) issue d'une thèse consacrée au processus d'entrée dans le champ littéraire italien (*La produzione editoriale in Italia : il processo di intermediazione nel Campo Letterario*, thèse de doctorat en administration des affaires, université de Bologne, 2011) s'intéresse principalement à la place des intermédiaires entre les auteurs non publiés et les éditeurs. Ces intermédiaires apparaissent comme des personnes indispensables pour les maisons d'édition qui sont à la recherche de nouveaux manuscrits. De même, la contribution présentée par Kaoutar Harchi (pp. 33-50) questionne les modalités de consécration littéraire et sociale des écrivains algériens francophones en prenant notamment l'exemple de l'écrivain Kateb Yacine. Au-delà du pouvoir réel de l'éditeur à qualifier un artiste au sein du champ littéraire, l'auteur entend montrer les mécanismes à l'œuvre et notamment l'appareil rhétorique utilisé par les maisons d'édition pour valoriser et légitimer la croyance en une certaine valeur artistique.

Concernant la consécration dans le champ musical, deux chapitres éclairent les mises en place de stratégies. D'abord Wenceslas Lizé (pp. 51-64) s'intéresse particulièrement au champ des musiques actuelles et à la place des managers dont le rôle n'est pas seulement d'aider à singulariser les artistes, mais aussi d'être porteur d'un capital social spécifique pouvant bénéficier directement au musicien représenté. Afin de limiter les zones d'incertitude quant au succès des artistes, les managers font également appel à d'autres

prescripteurs devant se faire le relais de la promotion de l'artiste, quitte parfois à se retrouver en contradiction avec les maisons de disque elles-mêmes. Ainsi les phases de connaissance puis de reconnaissance des artistes se construisent-elles, leur octroyant une véritable légitimité culturelle et produisant un effet performatif sur le public. Le chapitre de Dominique Sagot-Duvauroux (pp. 71-90) entend montrer les mécanismes de consécration dans le champ des musiques actuelles *via* l'organisation de concerts ; cette consécration se révélant le fruit de la combinaison subtile entre réussites commerciale et institutionnelle. L'aspect performatif est également envisagé *via* les structures de production de spectacles qui, selon leur importance, vont conférer plus ou moins de notoriété aux artistes.

Par ailleurs, dans sa grande diversité des études et des méthodes présentées, l'ouvrage fait état en filigrane d'une forme de catégorisation des intermédiaires selon leurs missions, leurs fonctions et leurs tutelles de rattachement – qu'elles soient institutionnelles ou marchandes – en convoquant les notions d'incertitude, de risque mais aussi de notoriété et de consécration, parfois de manière performative.

Ainsi le chapitre de Delphine Naudier (pp. 93-108) s'intéresse particulièrement à la façon dont les agents artistiques du secteur cinématographique travaillent et s'organisent pour réduire les différentes formes d'incertitude liées à leur métier.

La constitution d'un capital symbolique sous la forme d'une clientèle reconnue, mais aussi d'un capital professionnel et économique, participent dans un premier temps à la limitation de l'incertitude. L'aspect performatif existe également chez ces intermédiaires puisque, si les agents contribuent à développer la carrière artistique des comédiens, la réputation de ces derniers tend également à favoriser l'accession à la reconnaissance pour les agences. De même, Laure de Verdalle (pp. 111-128) étudie le cas des producteurs indépendants qui représentent des intermédiaires efficaces mais souvent oubliés – au profit des réalisateurs – dans l'élaboration de la notoriété dans le champ cinématographique. En effet, les producteurs participent aussi, mais de façon plus discrète, à la construction des réputations professionnelles, à la possibilité des appareillages sélectifs et à la théorie performative, construisant leur propre crédibilité, leur permettant ensuite, en cas succès, de démarcher d'autres sources de financement plus importantes. Le principal intérêt de ce chapitre est de montrer, *via* l'analyse du rôle des producteurs, qu'il existe des rapports étroits entre les réalités économiques et la construction symbolique des notoriétés. Plus encore,

il montre, d'une part, comment les stratégies mises en place par ces producteurs participent à la fabrication de leur notoriété ainsi qu'à celle du film et, d'autre part, comment cette réputation participe aux phénomènes de stratification des univers artistiques.

Le caractère performatif des stratégies de la notoriété apparaît également dans la contribution de Jean-Samuel Beuscart et Maxime Crépel (pp. 165-175) qui s'intéresse aux liens existants entre pratiques artistiques amateur et le partage de ces pratiques sur la toile (notamment par les sites). Plus encore, elle interroge les différents intérêts que perçoivent les artistes à publier leurs créations, les stratégies d'accès à la notoriété devenant hautement performatives. Cet article permet de nuancer les types d'intermédiation qu'offrent les plates-formes d'autopublication artistique en faisant apparaître quatre figures : l'amateur désenchanté, l'amateur enrichi ainsi que deux figures d'artistes professionnels dont l'un doit sa notoriété exclusivement au web alors que l'autre se sert de l'internet seulement comme d'une carte de visite supplémentaire.

De même, Pierre-Edouard Weill (pp. 147-158) entend mettre en lumière les logiques de consécration du *graffiti art* et distingue trois types d'intermédiaires : les indigènes qui ont pour but de repérer et d'encourager les *graffeurs*, les entrepreneurs – que l'on nomme aussi experts – qui soutiennent financièrement certains artistes en leur passant parfois des commandes spécifiques, et enfin, les établis qui dominent le processus de consécration et qui connectent le *graffiti art* avec le marché de l'art contemporain. Pour cette dernière catégorie, les intermédiaires semblent nécessaires entre les *graffeurs* et le monde de l'art contemporain pour la mise en valeur de leurs œuvres et leur rôle de socialisation professionnelle.

Enfin, l'ouvrage est jalonné de plusieurs articles à visée plus théorique, comme celui de Vincent Dubois, qui met l'accent sur la rencontre possible entre la culture des intermédiaires qui sont ici incarnés par les étudiants en administration culturelle et la culture qu'ils seront amenés à programmer. L'auteur émet l'hypothèse d'une forme d'homologie entre le capital culturel des étudiants futurs administrateurs et leurs choix en termes de programmation. Il s'attache plus spécifiquement aux goûts de ces étudiants ainsi qu'à leurs déterminants sociologiques afin de définir une ligne de comportements qui les amèneront à prendre des décisions de programmation artistique proches de leurs goûts.

De même, le huitième chapitre (pp. 129-144), de Séverine Sofio, apporte des éléments historiques quant à l'existence et aux conditions d'apparition

de systèmes permettant l'accès à la notoriété pour les créateurs dans le domaine de l'art contemporain. Des salons aux galeries, en passant par les foires, l'auteure revient sur les institutions qui ont contribué à l'accession à la reconnaissance pour les artistes. Deux éléments essentiels sont apportés grâce à ce regard historique : la place de l'État, avec des phases successives d'engagement et de désengagement, et la perte de pouvoir des artistes depuis le XVIII^e siècle.

Enfin, Olivier Roueff conçoit la dernière contribution (pp. 185-200) comme un chapitre de synthèse avec un travail réflexif sur l'étude des activités d'intermédiation dans le monde de l'art. Le chercheur revient d'abord sur l'idée d'incertitude qui caractérise la nature même des productions artistiques et qui conditionne *in fine* l'existence des intermédiaires dont la fonction est de réduire cette incertitude face au succès et à la reconnaissance, mais aussi sur les notions de réception et de valeurs. Ainsi ouvre-t-il de nouveaux questionnements sur l'aspect performatif de la réception des œuvres artistiques soumises par nature aux doutes et à l'incertitude.

Riche par la diversité des études présentées, l'ouvrage offre une pluralité de regards pouvant satisfaire le public le plus large, mais aussi les chercheurs en sciences humaines et sociales. On pourrait cependant lui reprocher de n'offrir qu'une compilation très diverse de sujets d'études sans donner véritablement la parole aux artistes qui sont, bien souvent, les premiers intermédiaires de leur travail.

Frédérique Joly

Cresppe, université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis,

F-93526

frédérique.joly@wanadoo.fr

Jean-Yves MOLLIER, Une autre histoire de l'édition française
Paris, Éd. La Fabrique, 2015, 430 pages

Fort de 12 chapitres particulièrement denses et de plus de 420 pages d'analyse minutieuse et de brillante synthèse, l'ouvrage de Jean-Yves Mollier peut à juste titre être considéré comme la somme de trois décennies d'intense recherche. Comme la conséquence d'une telle compréhension intime de l'objet de sa recherche, il en résulte une nouvelle, une *autre* façon d'envisager l'histoire complexe de l'édition française. En effet, si les développements de cette édition française relèvent pour une part d'abord de l'essor de l'édition en Europe, puis de sa mondialisation contemporaine, il ne faut pas négliger ses spécificités, à l'intérieur desquelles histoire des techniques, histoire culturelle

et histoire économique tiennent leurs parties en des relations souvent délicates. C'est donc en historien du livre, de la lecture et de l'édition que Jean-Yves Mollier aborde la question de l'interprétation que les siècles ont successivement donnée à l'acte d'édition. Des *volumen* latins aux *codices* de la fin du Moyen Âge jusqu'aux liseuses électroniques d'aujourd'hui, c'est à tout un parcours de transformations de la matière écrite qu'invite l'auteur à partir de la révolution de l'imprimé. Mais ce parcours de simple apparence chronologique se révèle plus complexe si, pour reprendre la distinction entre *editor* et *publisher* que font les Britanniques, on s'intéresse comme le fait Jean-Yves Mollier, d'une part, à la transmission d'un texte fixé, *ne varietur* valant *imprimatur* et, d'autre, part, à la commercialisation de cet objet fondant alors des dynasties de praticiens de l'imprimerie et d'acteurs de la chaîne du livre qui se retrouvent dans les divers métiers qui donnent naissance à cet objet complexe. Il est alors nécessaire de délimiter précisément les contours historiques de la perception française de la notion d'édition. L'auteur est très clair à ce sujet : « L'histoire de l'édition française ne commence vraiment qu'à la toute fin du XVIII^e siècle et elle ne s'autonomise qu'après 1815 ou 1820, au moment où les premiers représentants de commerce sillonnent les régions et les inondent de prospectus et de catalogues » (p. 15). Mais il faut aussi prendre en considération le long cheminement qui, depuis Johannes Gutenberg (1454 ou 1455) et la fabrication de la Bible à 42 lignes, réduit l'écriture manuscrite à la sphère de l'intime et du privé.

Le premier chapitre (pp. 21-48) s'attache donc à la révolution de l'imprimé et montre comment et pourquoi l'humanisme est un ferment potentiellement révolutionnaire (p. 38) du fait de la confiance qu'il accorde à la raison humaine (Erasme, Galilée, Copernic, Rabelais, Michel Servet) contre le fixisme passiste des dogmes. Par un saut conséquent, l'auteur aborde dans son deuxième chapitre (pp. 49-75) la question de la Censure et de l'édition sous l'Ancien Régime. En effet, dès lors que le livre peut devenir subversif des codes culturels et politiques d'une époque, par le double effet de son contenu et de sa diffusion imprimée, il convient de le maintenir dans un état de *liber-té* surveillée : « Censure, autocensure, privilège, surveillance policière au fur et à mesure que cette instance de contrôle se professionnalise et voit ses effectifs croître, vont imposer au monde de la librairie un visage bien peu en rapport avec celui que l'on prête généralement au livre et à tous ceux qui contribuent à son rayonnement » (p. 52). Il suffit de se rappeler les pamphlets et mazarinades tournées contre Marie de Médicis et son favori. La langue française en situation d'émergence (l'édit de Villers-Cotterêts, 1539)